

## Abstrak

**TUJUAN PENELITIAN** dalam skripsi ini adalah untuk mengetahui 1) apa saja strategi PR PT Konsep Dot Net dalam mempublikasikan “Get2Give1” melalui e-PR, 2) hambatan apa saja dalam proses mempublikasikan “Get2Give1”, 3) bagaimana strategi PR dapat membentuk brand image “Get2Give1” dan image perusahaan secara keseluruhan. **METODE PENELITIAN** yang digunakan adalah metode kualitatif untuk memahami bagaimana strategi PR PT Konsep Dot Net dalam mempublikasikan “Get2Give1”. Data diperoleh berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan kajian dokumen. **ANALISIS** menggunakan model analisis data dengan langkah-langkah reduksi, kategorisasi, dan sintesisasi. **HASIL YANG DICAPAI** menyatakan bahwa strategi PR yang dilakukan PT Konsep Dot Net adalah melalui pengembangan twitter, website, serta publikasi di situs-situs online. Hambatan yang dialami berupa hambatan fisik dan semantik. Diketahui pula hasil bahwa strategi yang dilakukan mampu membangun brand image “Get2Give1” dan image perusahaan secara keseluruhan. **SIMPULAN** yang didapat menyatakan bahwa strategi-strategi PR yang dilakukan oleh PT Konsep Dot Net efektif untuk membangun brand image “Get2Give1”.

### Kata Kunci :

Strategi, Public Relations, Publikasi, e-PR

## Abstract

**THE AIM** of this research is to acknowledge 1) what are the PR strategies of PT Konsep Dot Net in order to publication “Get2Give1”, 2) what are the obstacles have experienced during publication process, 3) how is PR strategy can develop “Get2Give1” and company’s image comprehensively. **THE RESEARCH METHODE** used is qualitative method to understand how is e-pr strategy of PT Konsep Dot Net in order to develop “Get2Give1” brand image. Data collected based on the interview result, observation, and document review. **ANALYSIS METHOD** is using data analysis model by reduction, categorization, and sintesitation. **THE RESULTS** states that e-pr strategy of PT Konsep Dot Net are done by twitter and website development, also publication on online sites. The obstacle which has been experienced are semantic and physical. Has been known the result, that PR strategy is able to develop “Get2Give1” and company’s brand image comprehensively. **THE CONCLUSION** states that PR strategies is done by PT Konsep Dot Net are effective to develop “Get2Give1” brand image.

### **Kata Kunci :**

*Strategy, Public Relations, Publication, e-PR*